



证券代码：300856

证券简称：科思股份

编号：2023-001

## 南京科思化学股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>线上会议</u>
参与单位名称及人员姓名	中金公司、中信证券、东吴证券、华泰证券、富国基金、嘉实基金、鹏华基金、汇添富基金、中欧基金、中信建投资管等 280 个机构及个人参会
时间	2023 年 4 月 26 日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书 曹晓如
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、关于一季度经营情况的分析及后续展望</b></p> <p>今年一季度总体延续去年四季度的上升趋势，营业规模方面，本期化妆品活性成分产品销售量同比增长较大，营业收入提升明显，环比也保持持续上升态势；盈利水平方面，前期采取的产品价格调整措施逐步落地，以及公司整体产能利用率的提升带来的规模效应和相对高毛利的新产品产能的逐步释放是一季度毛利率同比提升的主要原因，2022 年下半年以来，公司基本未作产品销售价格的调整，原料价格的波动和客户结构的变化对环比毛利率提升的影响有限；在毛利额贡献方面，传统防晒剂规模较大，其增长对毛利额的贡献更大，但新型防晒剂产品的增速更快。</p> <p>从个人护理品消费端来看，整体而言向好的趋势不变，并未</p>



受到国际经济环境变化的重大影响。另外，公司不仅在防晒领域精耕细作，也已在安庆工厂进行了首批项目规划，这也是公司未来较长时间内的发展方向。预计今年年中新型去屑剂产品 P0、氨基酸表面活性剂产品将进入投产试运行阶段，新型广谱防晒剂 P-S 和高分子增稠剂卡波姆预计也将在今年的 8-9 月份投产试运行。今年下半年，公司将启动第二批项目建设规划，后期将基本保持这个节奏推进项目落地。

## **2、去年量价齐升，预计防晒剂产品价格走势？法国奥运会提升防晒需求吗？**

新一轮的产品价格，目前与下游客户处于预沟通阶段，从沟通情况看，市场需求比较旺盛，很多客户也在为明年的奥运会备货。结合公司目前执行的价格及客户反馈情况，预计今年整体价格趋势不会有太大波动。

## **3、公司毛利率和原油价格的关联性？**

公司原料主要由大宗化学品和精细化学品构成，前者与原油价格的关联度更高，后者受原油价格波动的影响相对间接且其价格在很大程度上受到供需关系的影响。环比去年四季度和今年一季度虽有部分原料价格下降，但整体波动不大，一季度原料端对毛利率影响不大，主要还在于产品结构变化、产能提升等的影响。

## **4、PA、EHT、PS 等新产品产能利用率再提高，公司毛利率是否还能继续提升？**

P-S 为较为成熟的产品，供不应求，扩产后产能可以很快提升；EHT 和 PA 的产能利用率目前基本符合常规产能爬坡的节奏，预计今年还会以较快的速度攀升。因此，公司已规划这两条产品线的扩产工作，计划在今年夏季实施。若成本端不发生重大变化，这些新型防晒剂产品的毛利率相对较高，该类产品在销售额中占比的提升可以提升公司整体毛利率水平。新产品的逐步放量，对公司的盈利能力有较好的支撑。

## **5、二氧化钛、P0 项目进展情况？**



公司 PO 产线还在建设中，预计今年 6 月份可以试生产。市场推广方面，部分大客户的认证已基本完成，也已给出下半年的需求预期，其他客户还在正常推进中，包括国内的洗护品牌商。

公司二氧化钛产品于去年年底投产试运行，由于物理防晒剂各生产商的规格、型号不同，需要和客户端建立非常密切的沟通机制以实现其配方体系的适配。因此相对化学防晒剂，二氧化钛的推进进度会稍微慢一些，目前生产在正常有序进行中，该产品对二季度的贡献预计不大，三季度开始逐渐放量。

**6、二氧化钛供给集中，公司如何获取市场份额？我们优势在哪里？**

物理防晒领域主要由日本帝国化工等少数企业供应，且相对集中，其在相关产品领域具有一定的先发优势。公司通过前瞻性的研发和工艺论证，在本项目所涉领域已经完成了充分的技术和工艺储备，产品质量上具有一定的竞争力。同时，强大的客户资源和成熟的销售渠道为该项目效益释放奠定了坚实的基础。

**7、近两年公司研发人员有大幅增加，目前研发架构如何？**

为确保项目的快速推进落地，近年来公司研究院有了较大规模的扩充，研发投入也在持续、快速增长。除了原有的有机合成课题组继续壮大力量外，随着公司涉及高分子材料、合成生物、无机化学等领域的新产品开发，也相应增加了相关课题组，每类课题组均配有相应数量的科学家、研究员和工程师。

**8、本次股权激励计划中，公司只考核了营业收入增长指标，未涉及净利润指标的原因。**

未来 3-5 年，公司的主要战略目标就是规模成长，因此在激励计划中设置营业收入作为考核指标。根据考核指标中的年复合增长率，2025 年营业收入目标将近 40 亿，增量部分主要是新产品的贡献，PO、表面活性剂、卡波姆等首批项目已经基本落地，今年下半年将开始新项目的建设规划，预计明年上半年可以投产，2024 年下半年又会有新的项目建设。

利润水平方面，公司在选品上做了充分的论证，新产品的盈利能力均不低，在实现规模快速成长的情况下，公司利润水平也将得到快速增长。

#### **9、公司防晒业务的增长空间。**

全球防晒剂市场年均复合增长率在 6%左右，主要还是传统防晒产品的增长，公司的增量部分包含市场自然增长以及公司市场地位提升后市场份额的增加。新型防晒剂的年增长率超过 10%，增长的空间更大，比如 P-S，随着后续在美国市场获批后，P-S 的需求会得到较大幅度的释放。

#### **10、P-S、P-M 与帝斯曼合作开发协议续期问题。**

与帝斯曼的采购协议第一阶段到今年年底结束，第二阶段的合作安排目前正在商谈过程中，双方的合作不会中断，在合作形式上可能会根据目前市场的实际情况做些调整，具体要看后期商谈结果。

#### **11、了解到科思之前也参投过新材料方面的基金，不知是否在这领域有考虑新的发展？**

目前我们的自主研发还是围绕个人护理品领域，同时也会有香料方面的新产品开发。在财务投资方面我们做的不多，有合适的机会会考虑。

#### **12、个护原料类别非常丰富，公司选品做了哪些考虑？研发力量的保证？**

公司在筛选产品时会做深入的客户沟通和市场调研，以真正了解客户需求，充分把握下游市场需求变化和行业技术发展趋势。对高增长品类进行前瞻性布局，在此基础上结合研发实力和生产管理能力，获取竞争优势。因此，公司推出的新产品既是市场驱动，也是有强大的生产和研发实力作为依托的。

#### **13、新产品进入原供应商体系是否比其他新供应商进入要更有优势？**

新产品主要还是应用于化妆品和个护领域，主要应用场景和



	<p>下游客户与公司现有业务的重合度较高。因此，公司在化妆品活性成分及合成香料领域多年来的业务发展积累的大量优质客户和成熟的销售渠道发挥了一定优势。同时，在洗护领域的推广也会遇到新的客户，整体而言难度不是很高，目前接触下来对公司产品的接受度比较高。</p>
附件清单（如有）	
日期	2023年5月5日